

HANES *Brands Inc*

FINANCIAL BENCHMARK + : HANES BRANDS 3ER QUARTER 2023.

En Zumma Learning,
Consulting & Sustainability, nos
dedicamos a brindar la mejor
formación ejecutiva en la
región a través de la Alianza
Comercial con **ESAN Graduate
School of Business**. Del mismo
modo generamos el mayor
valor agregado en consultorias
especializadas, no
tradicionales. 



“La siguiente presentación corresponde a la empresa Hanes Brands Inc, la cual recientemente publicó sus estados financieros, así como el correspondiente análisis sobre los datos al tercer trimestre de 2023. Es importante mencionar que los graficos corresponden a datos trimestrales (no acumulados). Por otro lado se debe mencionar que Hanes Brands presentó en el tercer trimestre de 2023 ventas por US\$1,511.3 millones valor que al compararse con similar período de 2022 resultó en una contracción por US\$159 millones. Por su parte el resultado neto del trimestre fué una pérdida por US\$38.8 millones (utilidad de US\$80.1 millones en el tercer trimestre de 2022). La descripción anotada en cada lámina fue tomada de <https://ir.hanesbrands.com/news-releases/news-release-details/hanesbrands-announces-third-quarter-2023-results> y no necesariamente se relaciona al ratio que acompaña, siendo el objetivo que el lector tenga un panorama general de la situación financiera de la empresa.

Carlos Pastor.

HANES
Brands Inc

índice de ratios financieros.

Liquidez general,

Liquidez ácida,

Rotación de cobranzas,

Rotación de inventarios,

Rotación de cuentas por pagar,

Ciclo de conversión de efectivo,

EBITDA,

EBITDA a EBIT, (nuevo)

EBITDA a ventas,

EBITDA a Gasto financiero,

EBITDA depurado a gasto financiero,

CAPEX a activo fijo,

Deuda total a patrimonio

Deuda financiera a patrimonio

Deuda financiera a EBITDA,

Deuda financiera de corto plazo a EBITDA,

Deuda financiera de largo plazo a EBITDA,

Deuda financiera a EBIT,

Margen bruto,

Margen operacional,

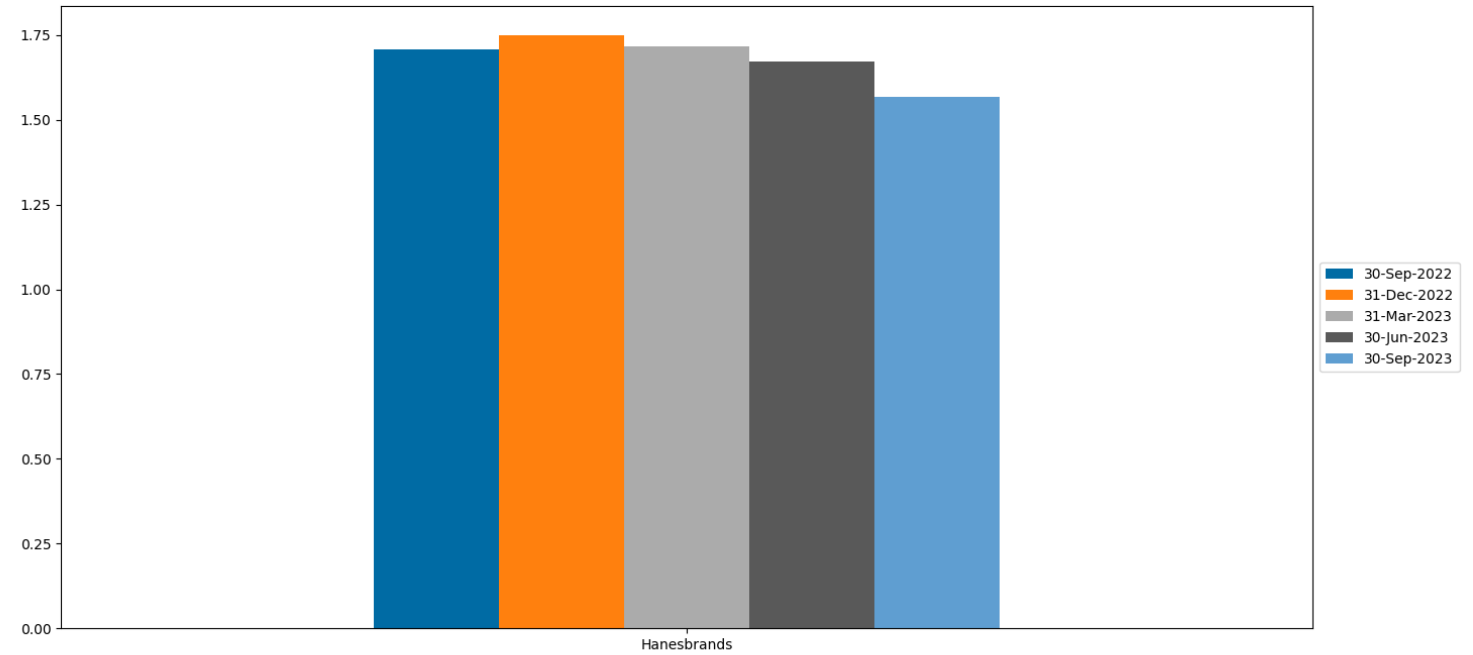
Margen neto,

Rentabilidad de activos,

Rentabilidad de patrimonio,

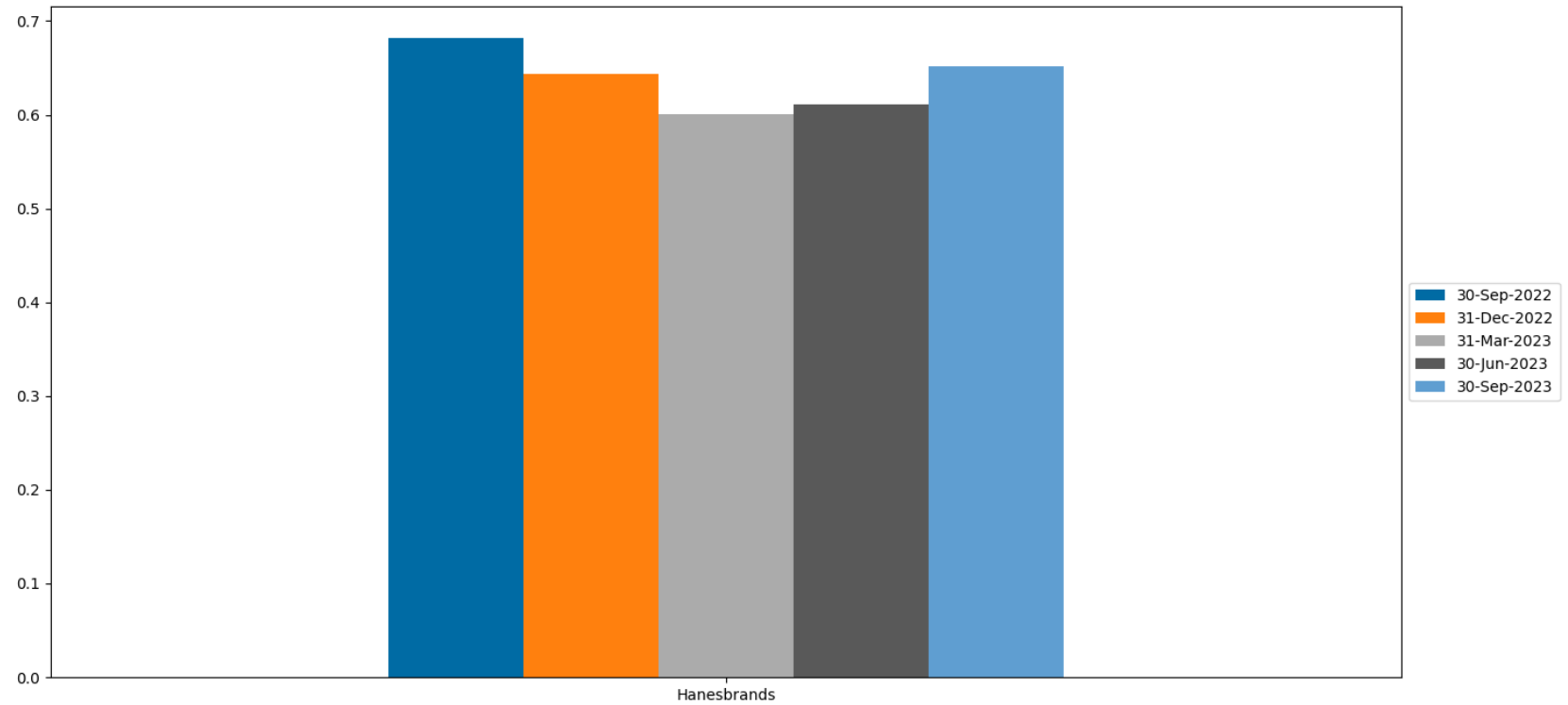
LIQUIDEZ GENERAL (veces)

HANES
Brands Inc



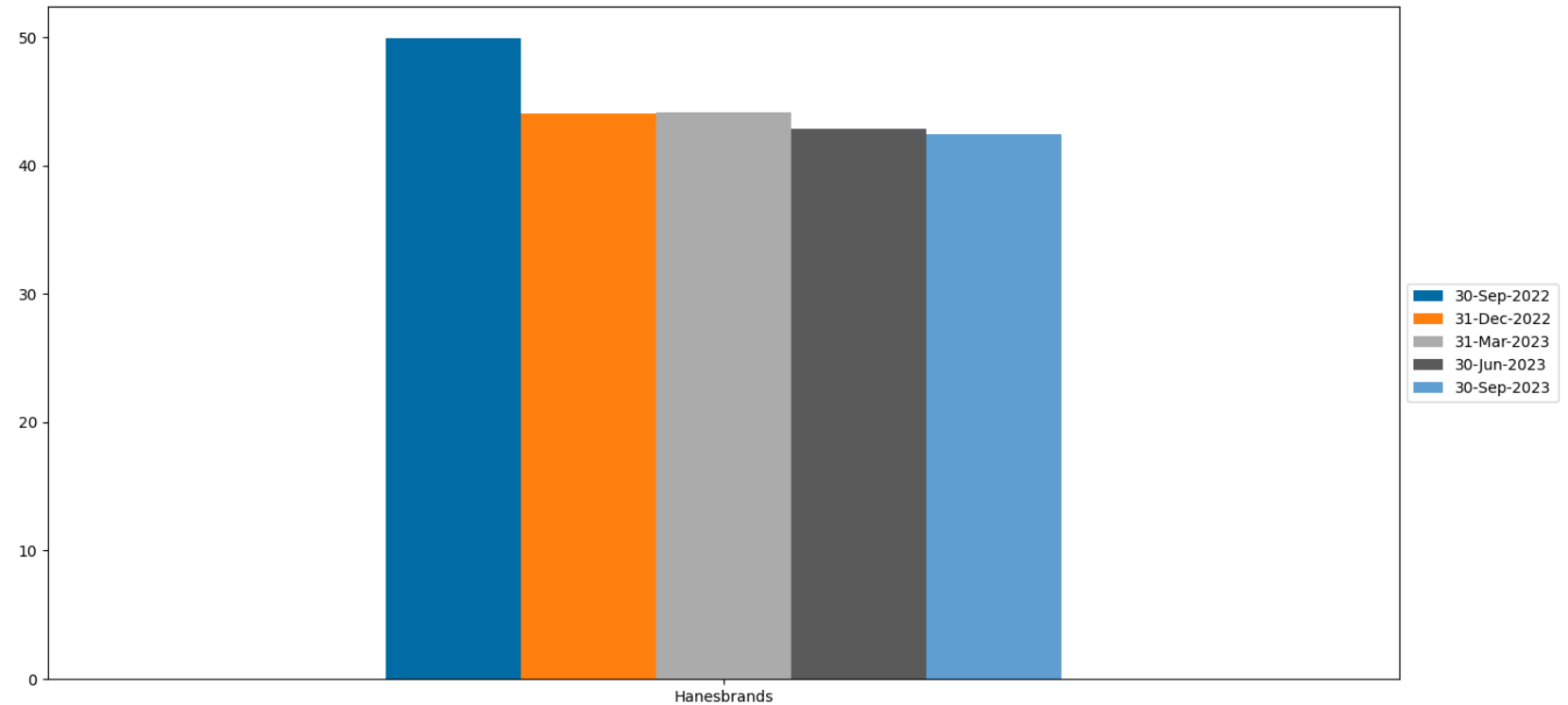
LIQUIDEZ ACIDA (veces)

HANES
Brands Inc



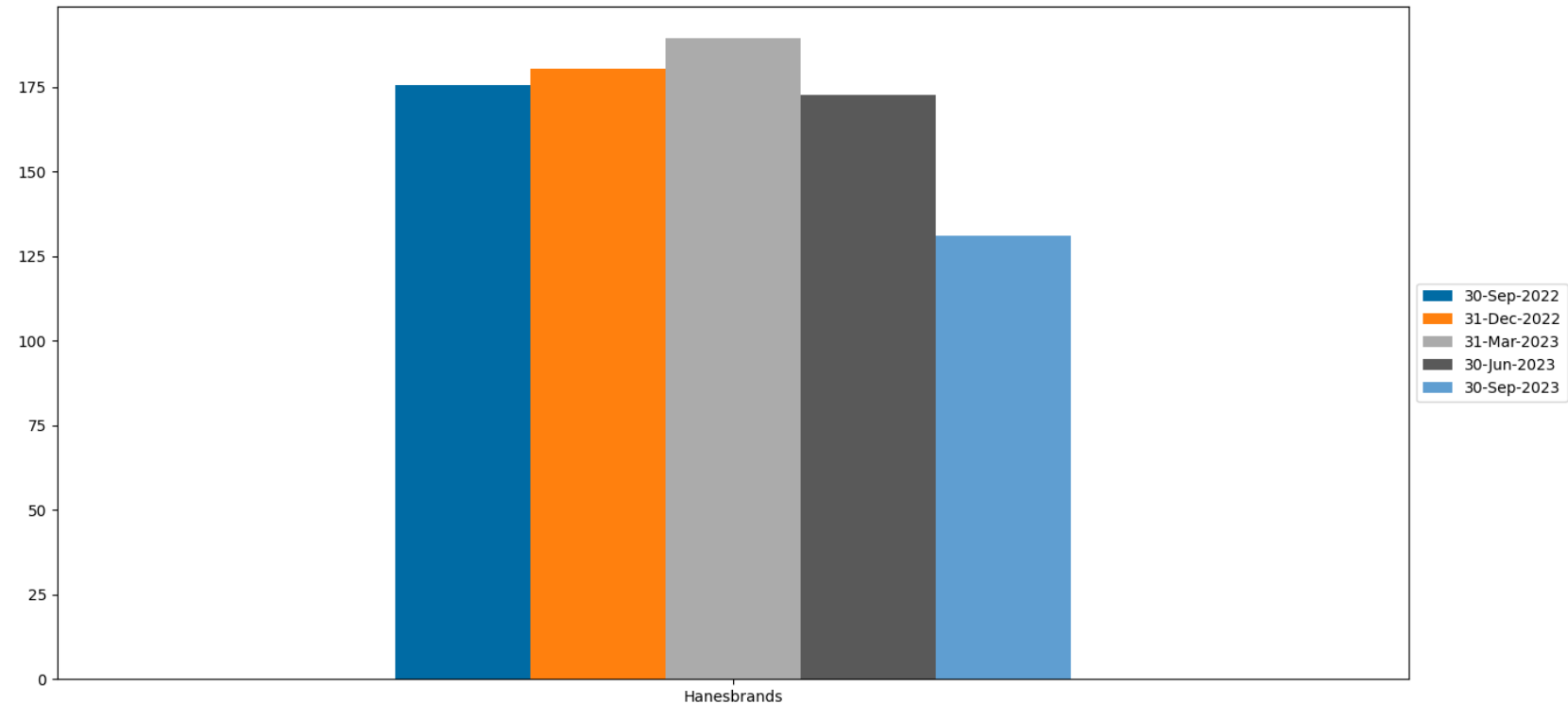
ROTACION DE COBRANZAS (días)

WINSTON-SALEM, N.C.--(BUSINESS WIRE)--9 de noviembre de 2023-- HanesBrands Inc. (NYSE: HBI), un líder mundial en marcas de ropa icónicas, anunció hoy los resultados para el tercer trimestre de 2023."Hemos seguido impulsando la mejora de los fundamentos básicos mientras evaluamos simultáneamente nuestro negocio y las opciones para desbloquear el valor para los accionistas", dijo Steve Bratspies, CEO.



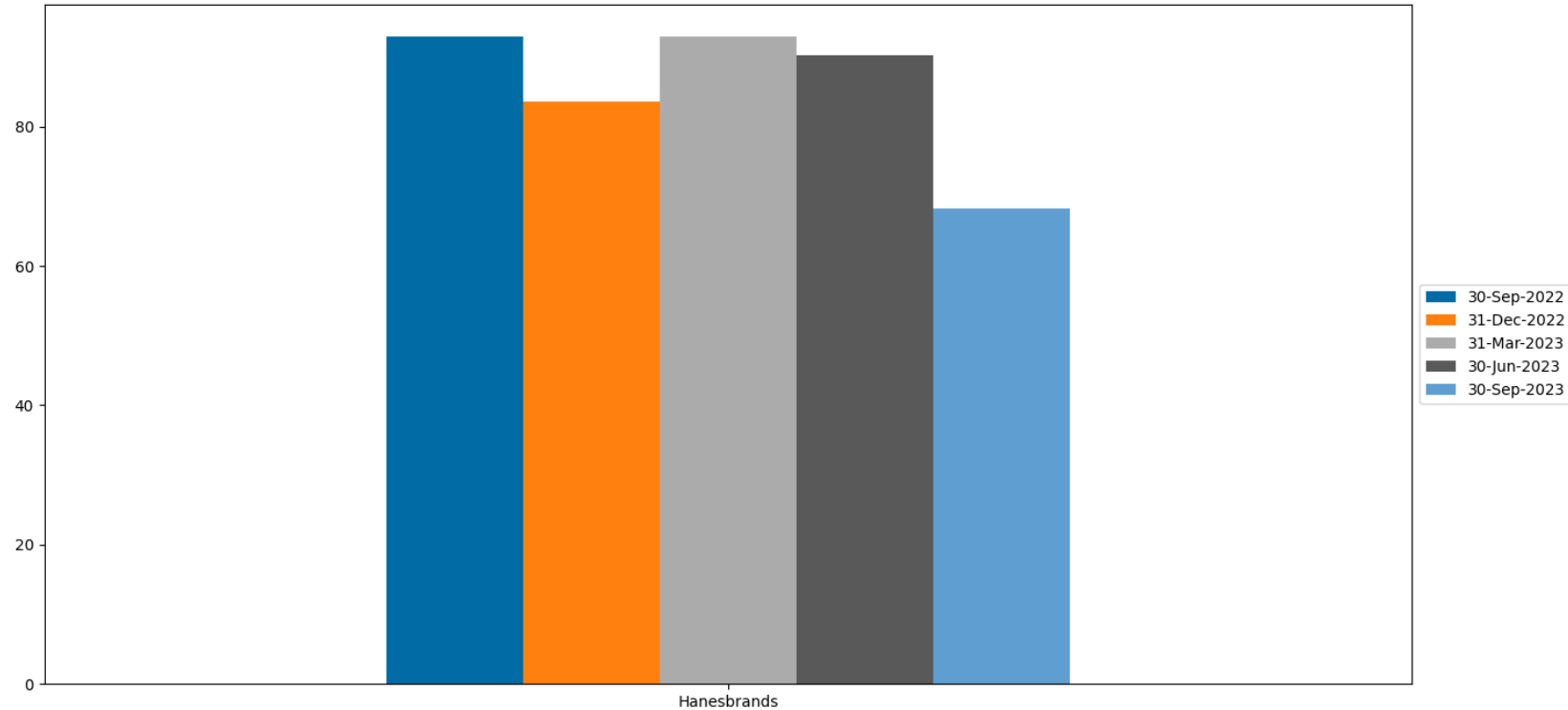
ROTACION DE INVENTARIOS (días)

"A pesar del difícil entorno macroeconómico global, que continúa presionando las ventas, entregamos una mejora significativa en las métricas clave de rendimiento e iniciamos una evaluación de alternativas estratégicas para nuestro negocio global Champion. Nuestra innovación de ropa interior está llegando al mercado y estamos ganando cuota de mercado."



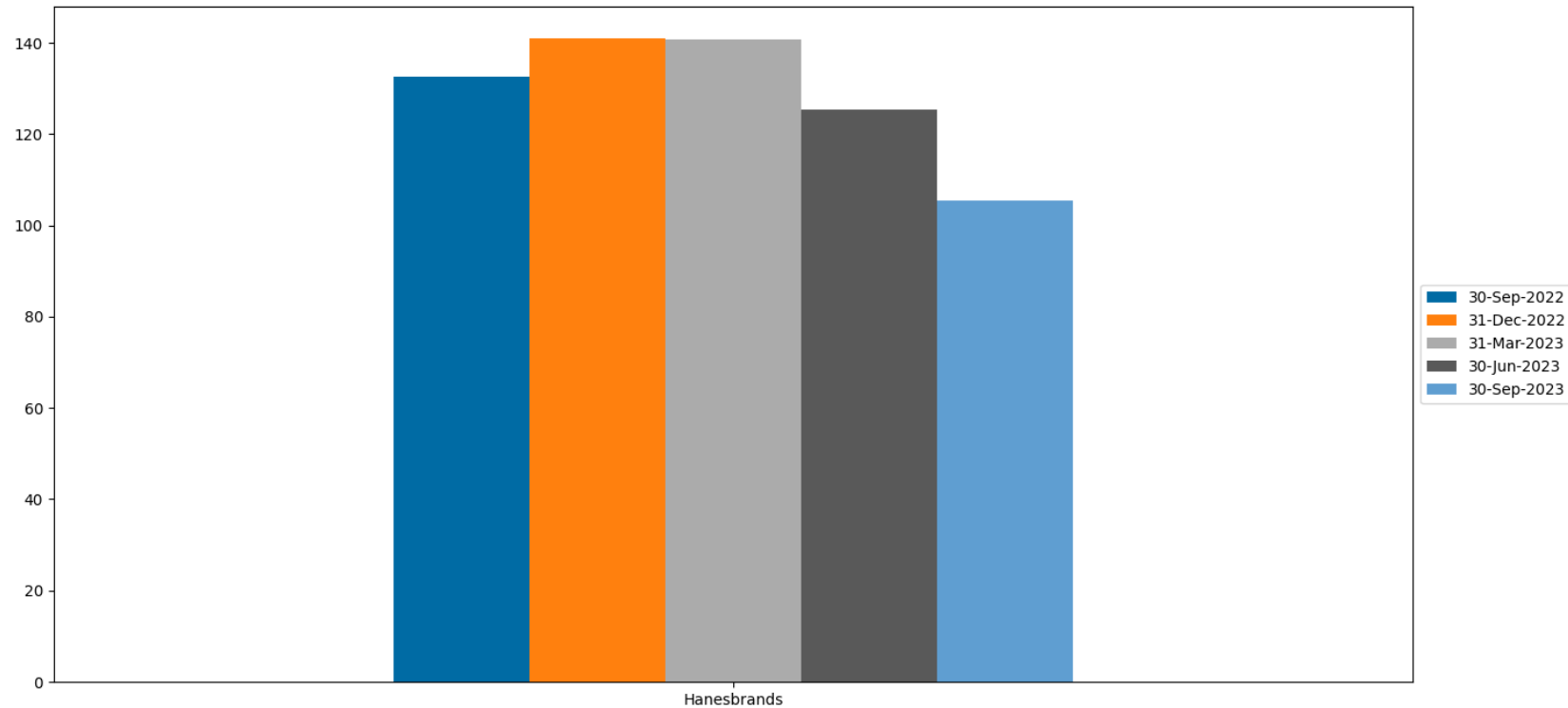
ROTACION DE CUENTAS POR PAGAR (días)

Los márgenes ajustados continúan mejorando a medida que la inflación de los costos de los insumos disminuye y vemos los beneficios del ahorro de costos y las iniciativas de eficiencia. Estamos reduciendo el inventario, generando flujo de caja operativo en línea con los niveles históricos y pagando la deuda según lo planeado. Esperamos una mayor mejora en estas métricas clave de rendimiento en el cuarto trimestre.



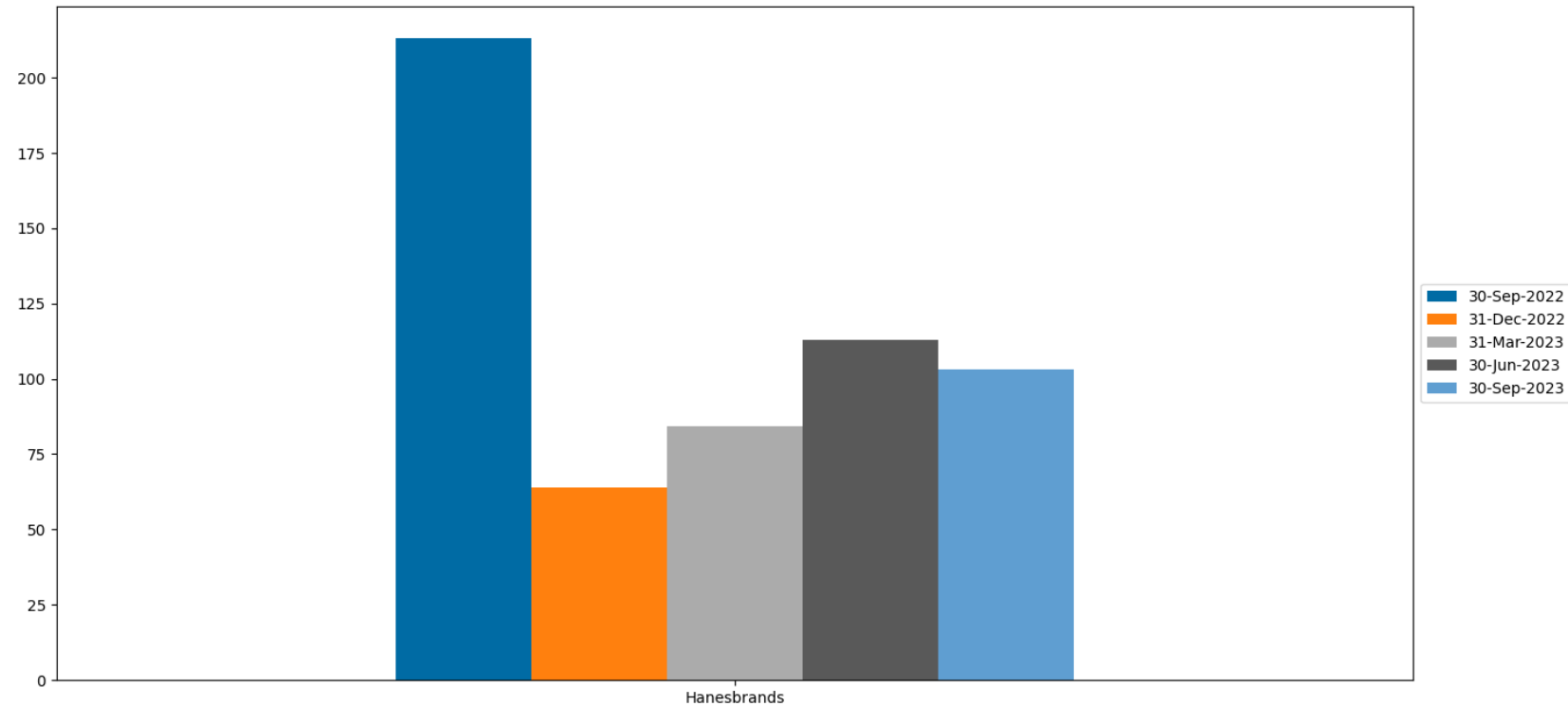
CICLO DE EFECTIVO (días)

Resultados del tercer trimestre de 2023 Las ventas netas de operaciones continuas de 1.5100 millones de dólares disminuyeron un 9,5 % en comparación con el año pasado, ya que el desafiante entorno macroeconómico mundial continuó presionando la línea superior. Excluyendo el impacto desfavorable de 4 millones de dólares de los tipos de cambio de divisas, las ventas netas en una base de moneda constante disminuyeron un 9,3 %..



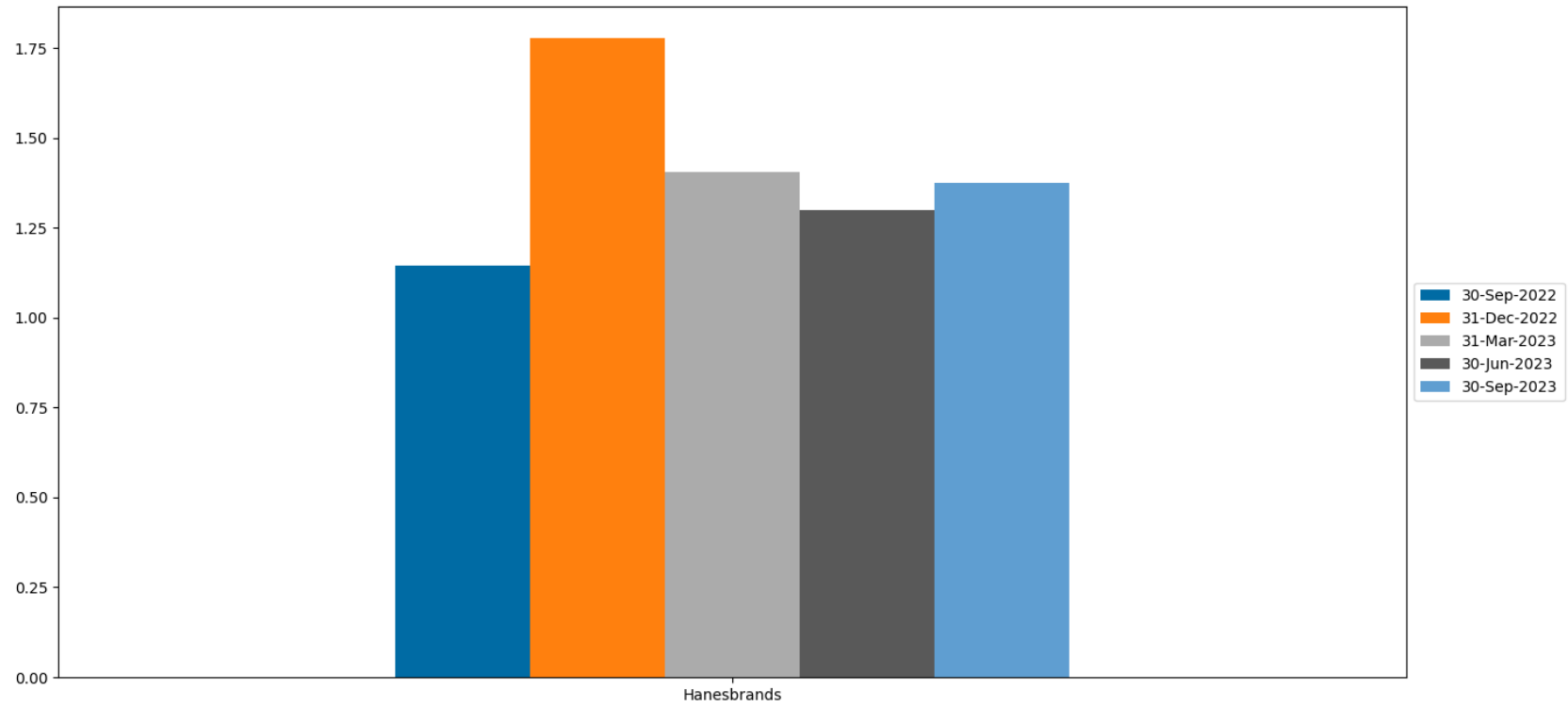
EBITDA (US\$ millones)

Sobre una base de moneda constante, el crecimiento en América Latina y Japón, así como un rendimiento constante en EE. UU. La ropa interior fue más que compensada por una disminución en EE. UU. Activewear, la continua desaceleración macroeconómica del gasto de los consumidores que afecta a Australia, así como las disminuciones en Europa y partes de Asia



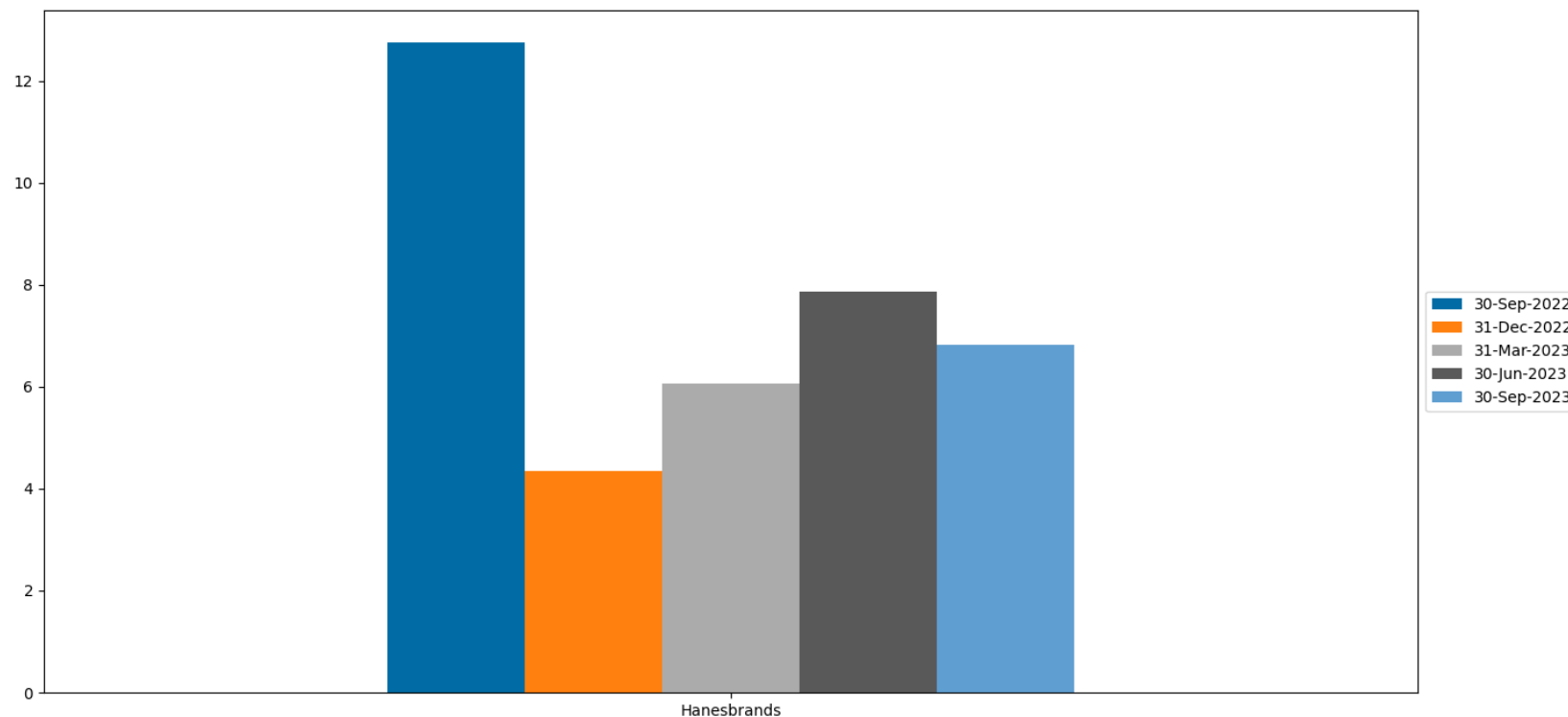
EBITDA A EBIT (%)

Las ventas de la marca Global Champion disminuyeron un 19 % sobre una base reportada y un 20 % sobre una base de moneda constante en comparación con el año anterior. Las ventas de EE. UU. disminuyeron un 16 % impulsadas por la continua y desafiante dinámica del mercado de ropa deportiva. El rendimiento de EE. UU. también refleja el impacto esperado a corto plazo de las continuas acciones estratégicas de la Compañía tomadas para fortalecer la marca y posicionar a Champion para un crecimiento rentable a largo plazo, incluida la segmentación disciplinada de productos y canales, el cambio de su mezcla y los cambios en el surtido



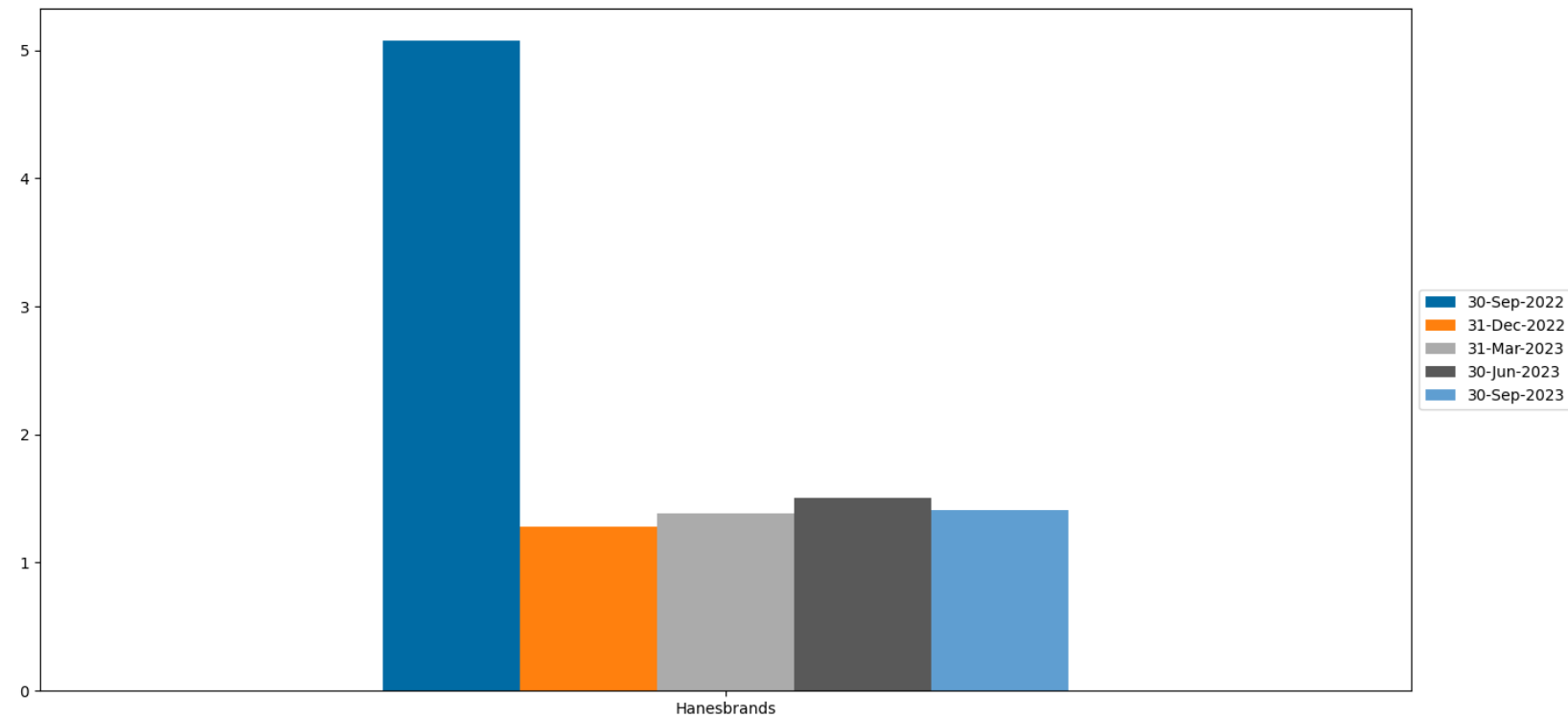
EBITDA A VENTAS (%)

A nivel internacional, las ventas disminuyeron un 22 % sobre una base reportada y un 24 % sobre una base de moneda constante. Las ventas constantes de divisas aumentaron en Japón, lo que se vio más que compensado por las disminuciones en Europa, debido a los pedidos cautelosos esperados de los socios mayoristas, así como a los vientos en contra macroeconómicos que afectan a la demanda en partes de Asia y Australia.



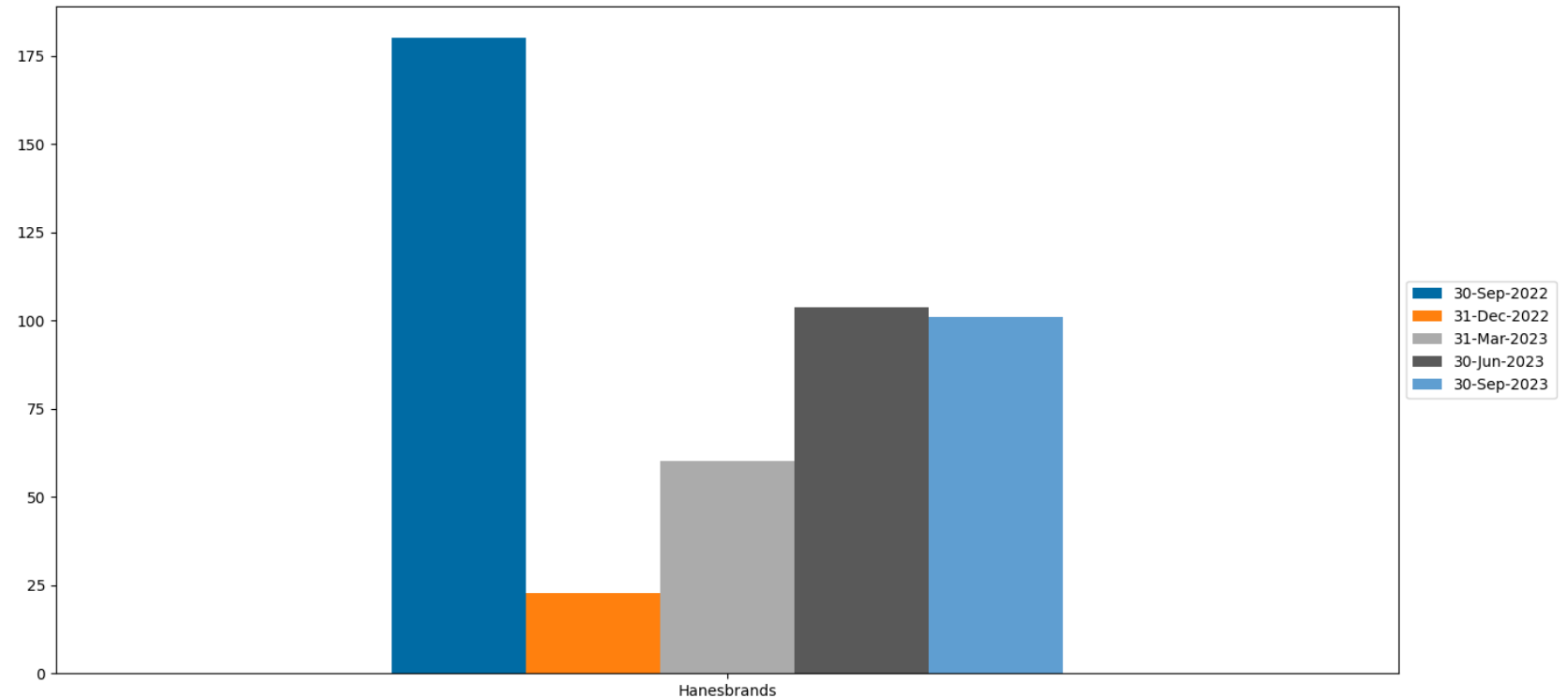
EBITDA A GASTO FINANCIERO (veces)

Las ventas de ropa interior fueron consistentes con las del año anterior, en línea con las expectativas de la Compañía, ya que ganó cuota de mercado a pesar de una baja disminución de un solo dígito en el mercado. Las ganancias de cuota de mercado en sus categorías de hombres, mujeres y calcetines fueron impulsadas por una combinación de ganancias de espacio minorista, una exitosa campaña de regreso a la escuela, una mejor disponibilidad en el estantería y una innovación centrada en el consumidor. Para el trimestre, la Compañía ofreció un fuerte crecimiento de las ventas en Women's, liderado por la continua respuesta positiva de los consumidores a su innovación Hanes Originals, así como el lanzamiento de su innovación M by Maidenform.



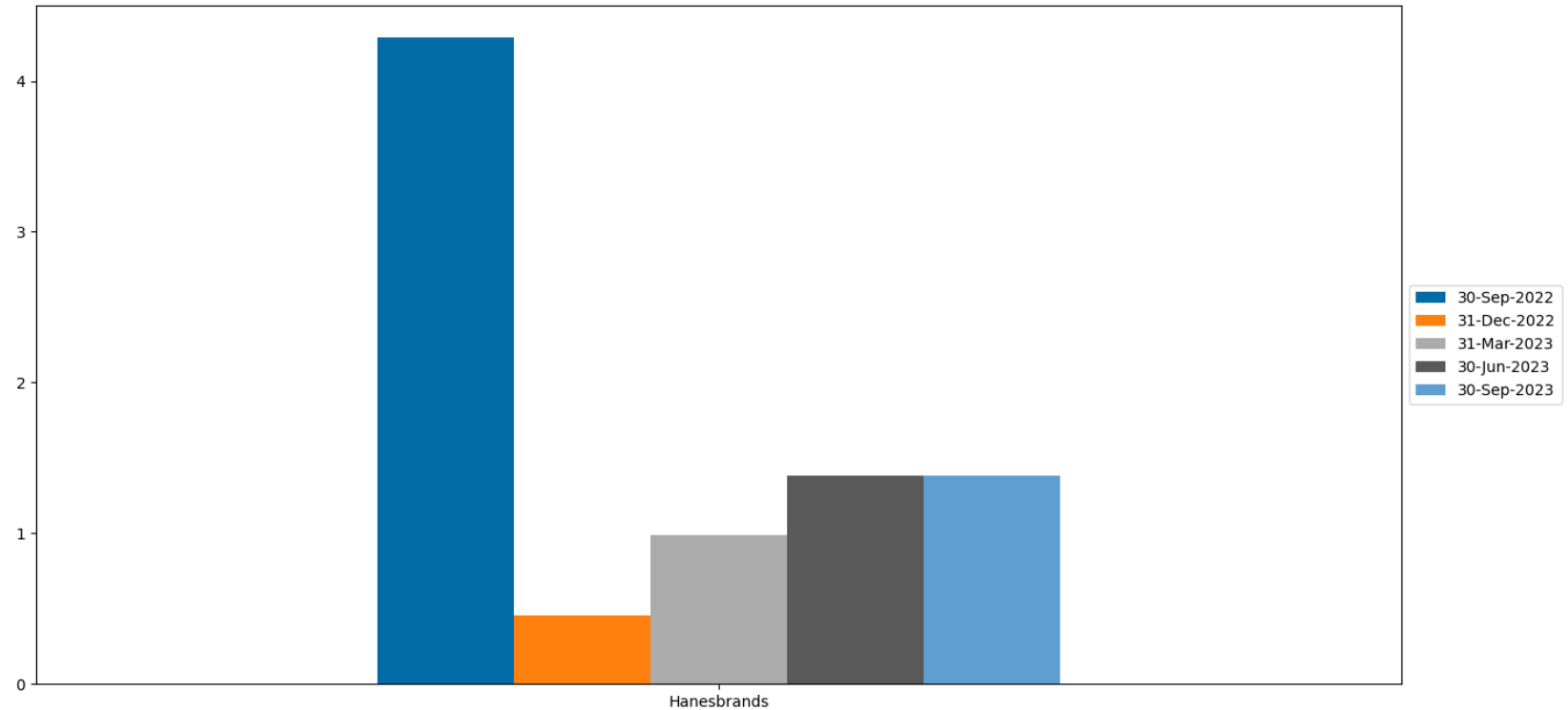
EBITDA DEPURADO (US\$ millones)

El crecimiento de las ventas de este año a lo largo del año se vio compensado por una disminución en su negocio de hombres, que experimentó una mayor parte de su envío estacional de regreso a la escuela en el segundo trimestre de este año, en comparación con una mayor parte de esos envíos estacionales que ocurrieron en el tercer trimestre del año pasado. El margen operativo del 17,5 % aumentó aproximadamente 150 puntos básicos con respecto al año anterior, impulsado principalmente por la superposición de los costos de espera de fabricación del año pasado, que compensó con creces la inflación de los costos de los insumos a medida que la Compañía vendió a través del resto de su inventario de ropa interior de alto costo.



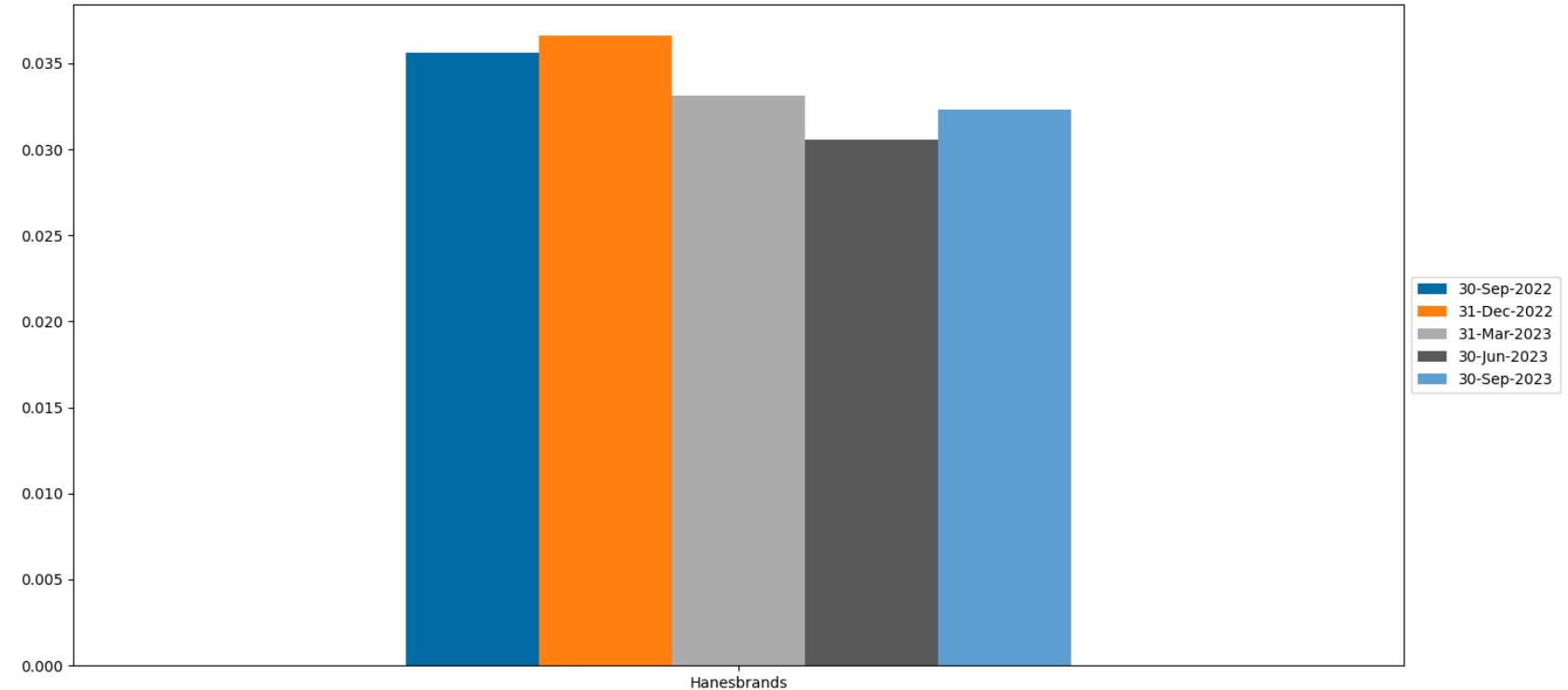
EBITDA DEPURADO A GASTO FINANCIERO (veces)

Las ventas de ropa deportiva disminuyeron un 17 % en comparación con el año anterior. El segmento experimentado disminuye en la mayoría de los canales y marcas impulsado por vientos en contra en curso dentro de la categoría de ropa activa, incluida la demanda suave de los consumidores y el exceso de inventario de canales. Además de los vientos en contra de la categoría, el rendimiento de las ventas de Champion en los EE. UU. también refleja el impacto esperado a corto plazo de las continuas acciones estratégicas de la Compañía tomadas para fortalecer la marca y posicionar a Champion para un crecimiento rentable a largo plazo, incluido un enfoque más disciplinado de segmentación de productos y canales, un cambio en la mezcla y cambios en el surtido.



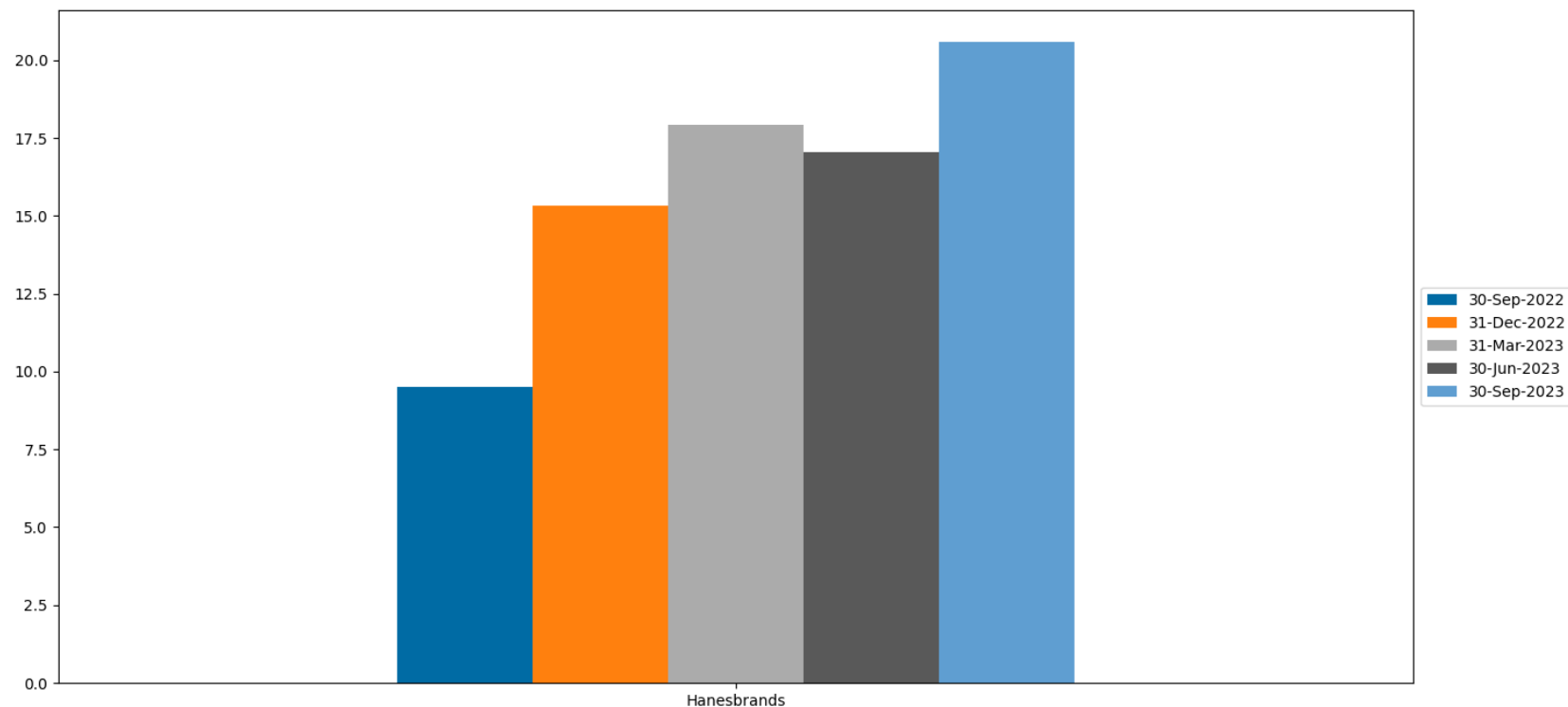
CAPEX A ACTIVO FIJO (veces)

El margen operativo para el segmento del 6,5 % aumentó 770 puntos básicos secuencialmente. En comparación con el tercer trimestre del año pasado, el margen operativo del segmento disminuyó aproximadamente 510 puntos básicos. La disminución año tras año fue impulsada por el impacto de la desfavorable mezcla de productos, la inflación de los costos de los insumos a medida que la Compañía continúa vendiendo a través de su inventario de ropa activa de mayor costo y un menor volumen de ventas. Estos vientos en contra compensan con creces los beneficios de la superposición de los costos de espera de fabricación del año pasado y la gestión disciplinada de los gastos.



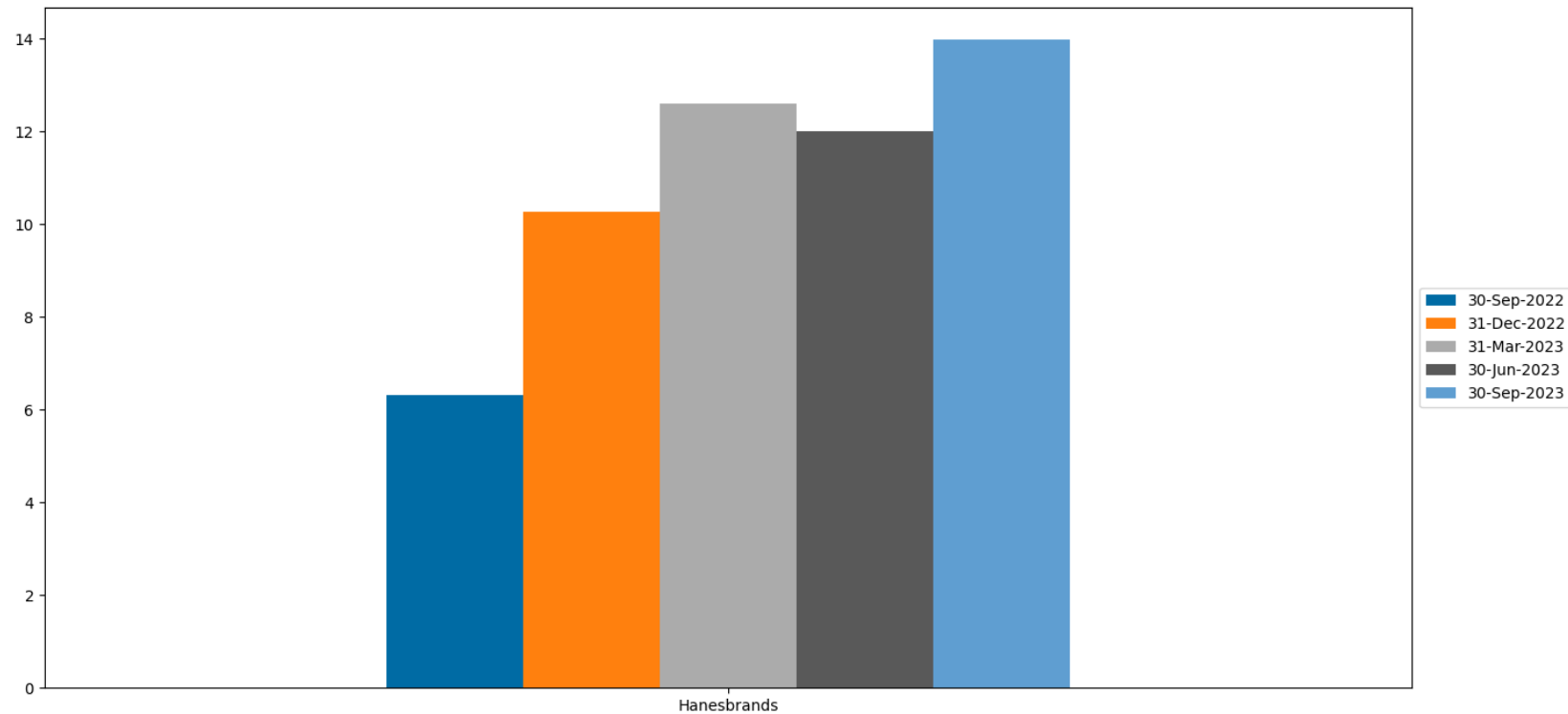
DEUDA TOTAL A PATRIMONIO (veces)

Las ventas internacionales disminuyeron un 12 % sobre una base reportada, incluidos 4 millones de dólares a partir de tipos de cambio desfavorables. Las ventas internacionales disminuyeron un 11 % en una moneda constante en comparación con el año anterior. En moneda constante, el crecimiento de la ropa interior en las Américas y el crecimiento de Champion en Japón se vieron más que compensados por una disminución en Australia, que fue impulsada por un entorno macroeconómico muy desafiante, así como por las disminuciones de Champion en Europa y partes de Asia.



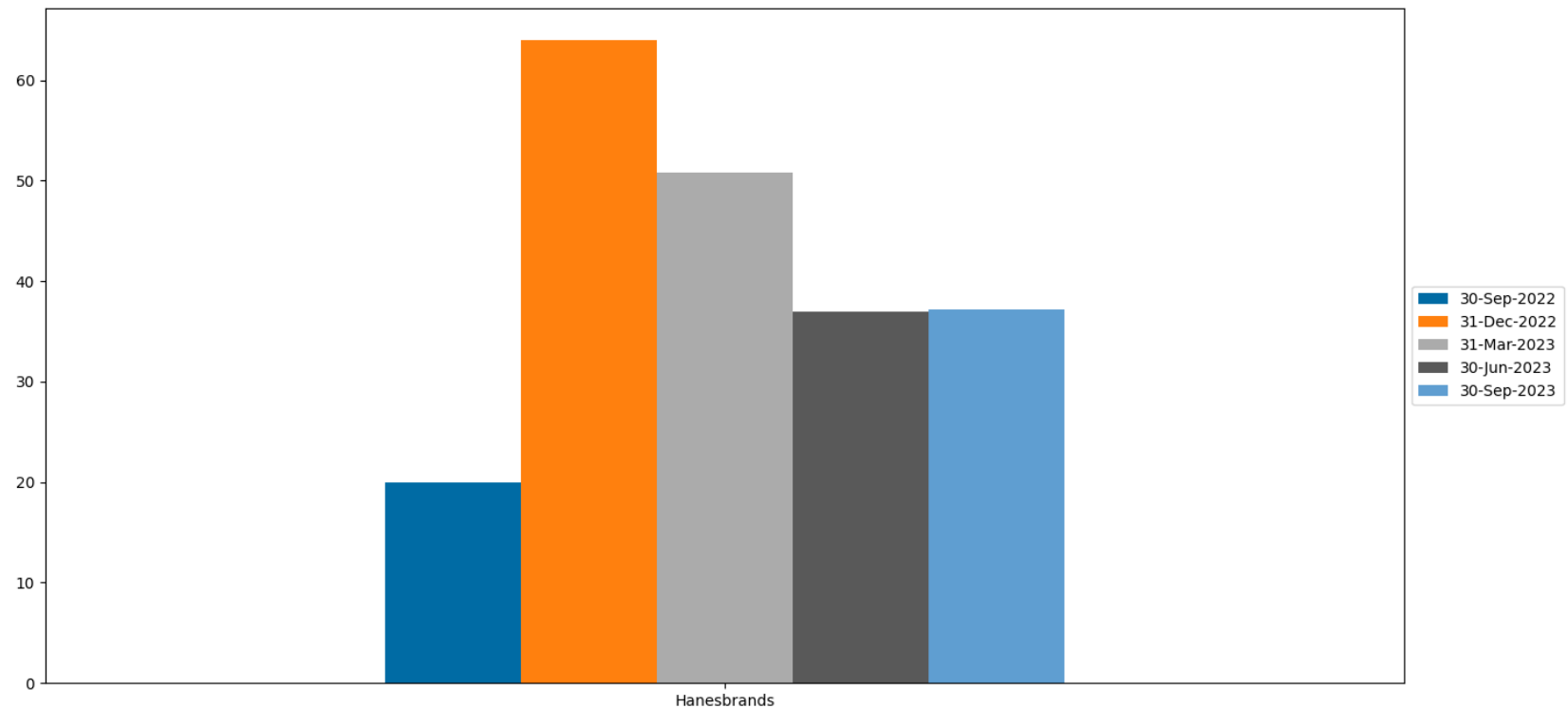
DEUDA FINANCIERA A PATRIMONIO (veces)

El margen operativo para el segmento del 12,7 % disminuyó aproximadamente 120 puntos básicos en comparación con el año anterior, impulsado principalmente por el impacto del menor volumen de ventas y la inflación de los costos de insumos, que se vio parcialmente compensado por los beneficios del ahorro de costos y las iniciativas de eficiencia.



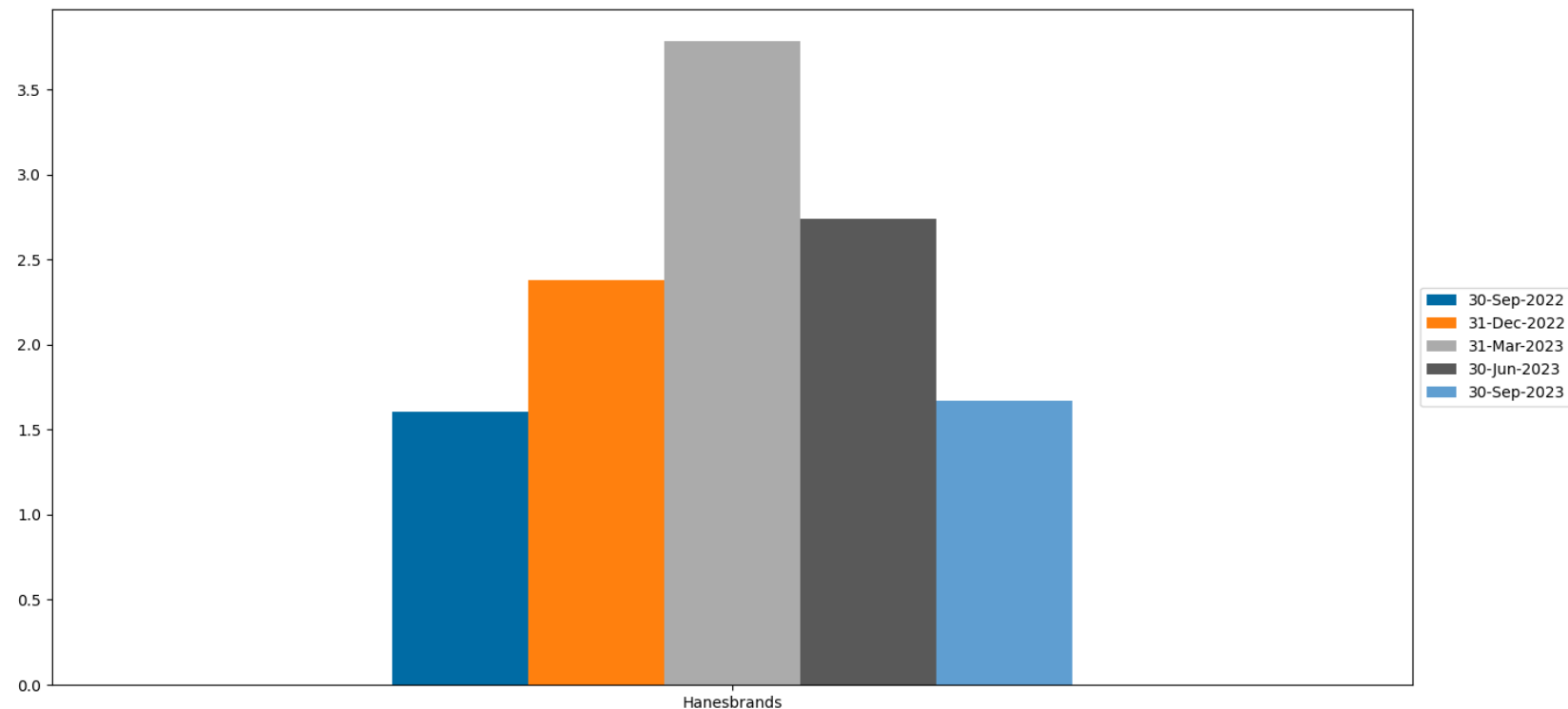
DEUDA FINANCIERA A EBITDA (veces)

El beneficio bruto de 470 millones de dólares disminuyó un 16 % y el margen bruto disminuyó 260 puntos básicos hasta el 31,1 % en comparación con el año anterior. El beneficio bruto ajustado, que excluye ciertos costos relacionados con el plan de transformación de pleno potencial de la Compañía y su plan de rendimiento global Champion, fue de 536 millones de dólares. El margen bruto ajustado del 35,5% aumentó 100 puntos básicos en comparación con el tercer trimestre de 2022, por delante de las perspectivas de la Compañía.



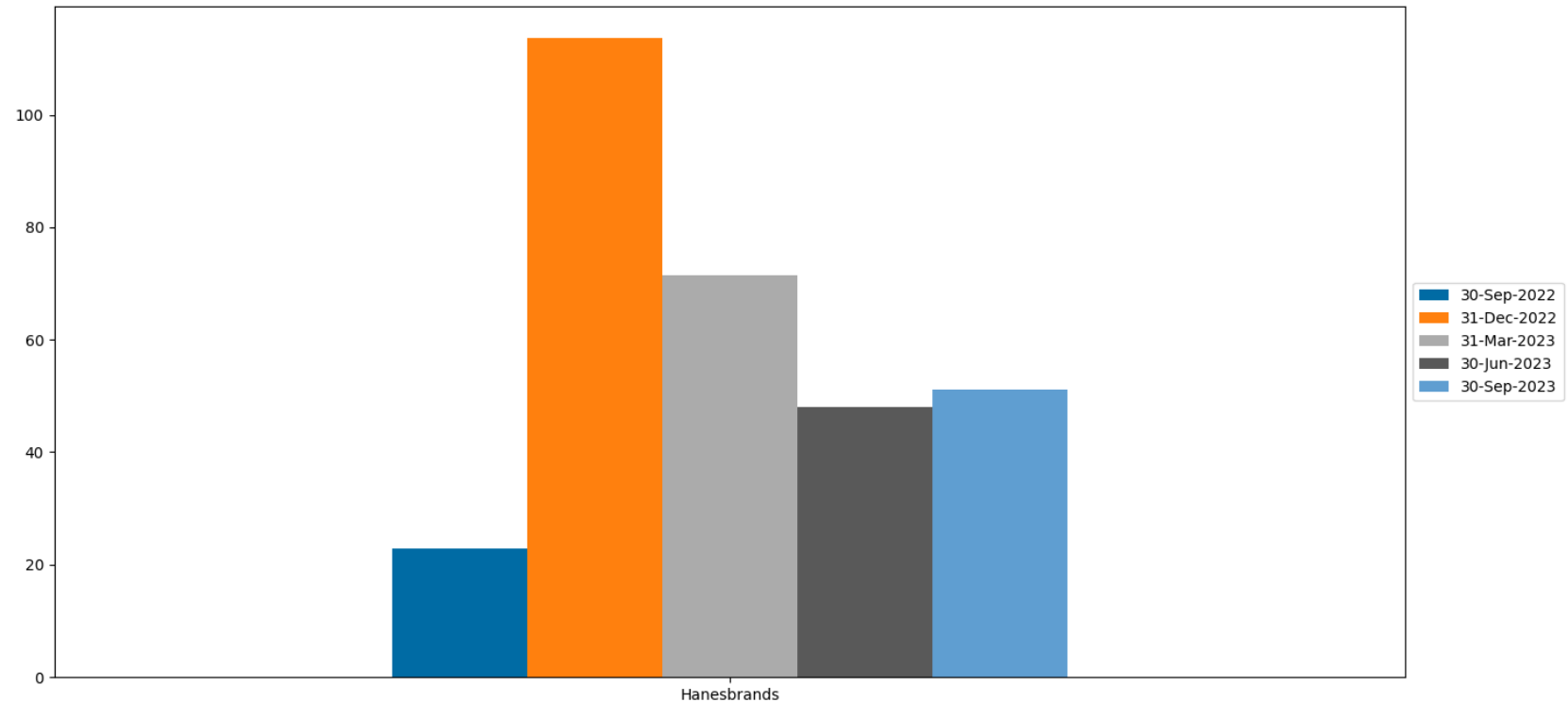
DEUDA FINANCIERA CORTO PLAZO A EBITDA (veces)

La mejora fue impulsada por una combinación de factores, incluida la superposición de los costos de espera de fabricación del año pasado y los beneficios de los aumentos de precios seleccionados y las iniciativas de ahorro de costos, que compensaron con creces el impacto de la mezcla de productos, así como los vientos en contra continuos pero decrecientes de la inflación de los costos de los insumos. Como era de esperar, los vientos en contra de la inflación de los productos básicos y el transporte marítimo continuaron disminuyendo y representaron aproximadamente 135 puntos base netos de margen interanual en contra en el trimestre a medida que la Compañía continuó vendiendo a través de su inventario de mayor costo.



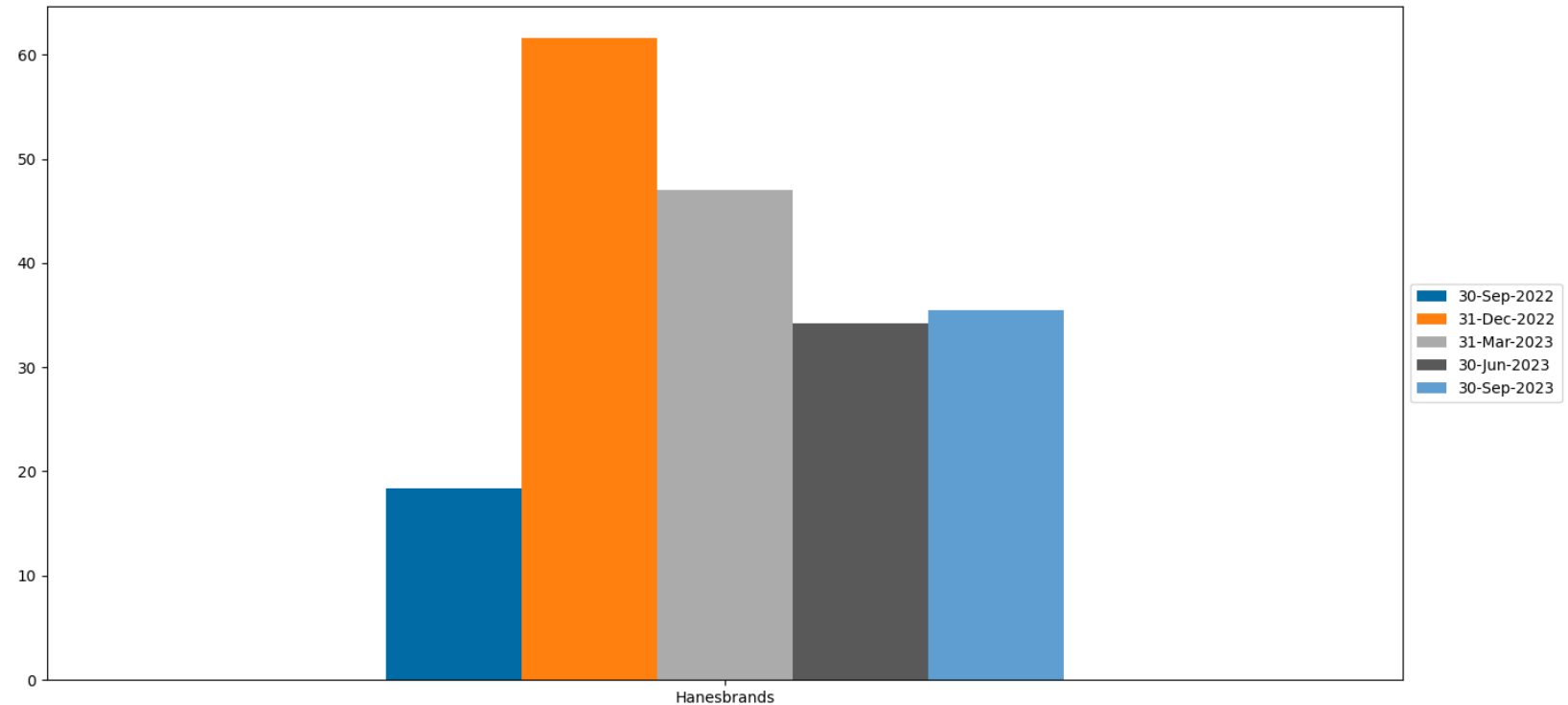
DEUDA FINANCIERA A EBIT (veces)

Los gastos de venta, generales y administrativos (SG&A) disminuyeron un 4 % a 404 millones de dólares en comparación con el año pasado. Los gastos ajustados de SG&A, que excluyen ciertos costos relacionados con el plan de transformación de pleno potencial de la Compañía y su plan de rendimiento global Champion, disminuyeron un 4 %, o más de 15 millones de dólares, año tras año, a 393 millones de dólares. La disminución interanual de los SG&A ajustados fue impulsada por los beneficios de las iniciativas de ahorro de costos, particularmente en la distribución, la gestión disciplinada de los gastos, así como los menores gastos variables, incluidas la venta y la comercialización.



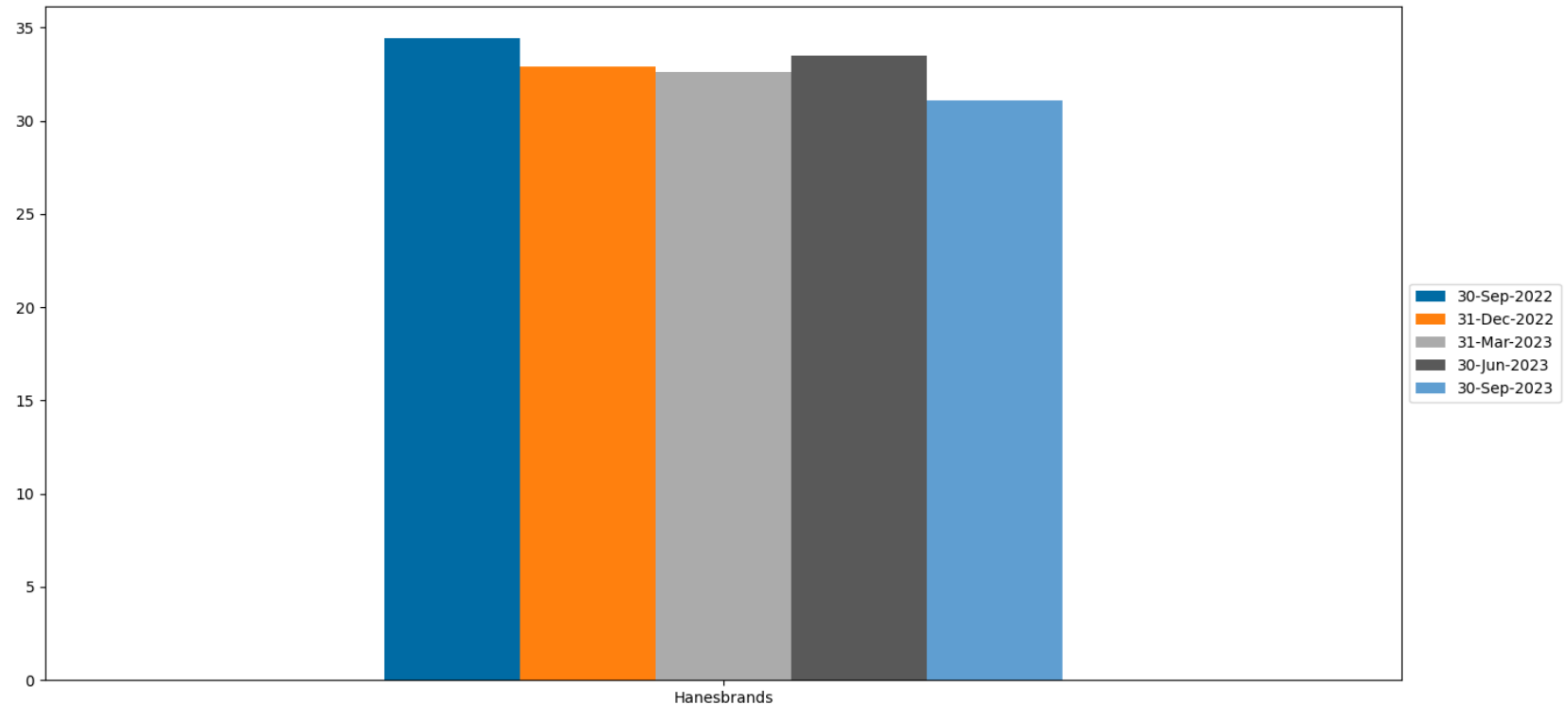
DEUDA FINANCIERA LARGO PLAZO A EBITDA (veces)

Como porcentaje de las ventas netas, los gastos ajustados de SG&A del 26,0% aumentaron 160 puntos básicos con respecto al año anterior, ya que los controles de costos y las eficiencias de los gastos se vieron más que compensados por la superposición del beneficio de compensación variable del año pasado y la reducción de costos fijos de las ventas más bajas.



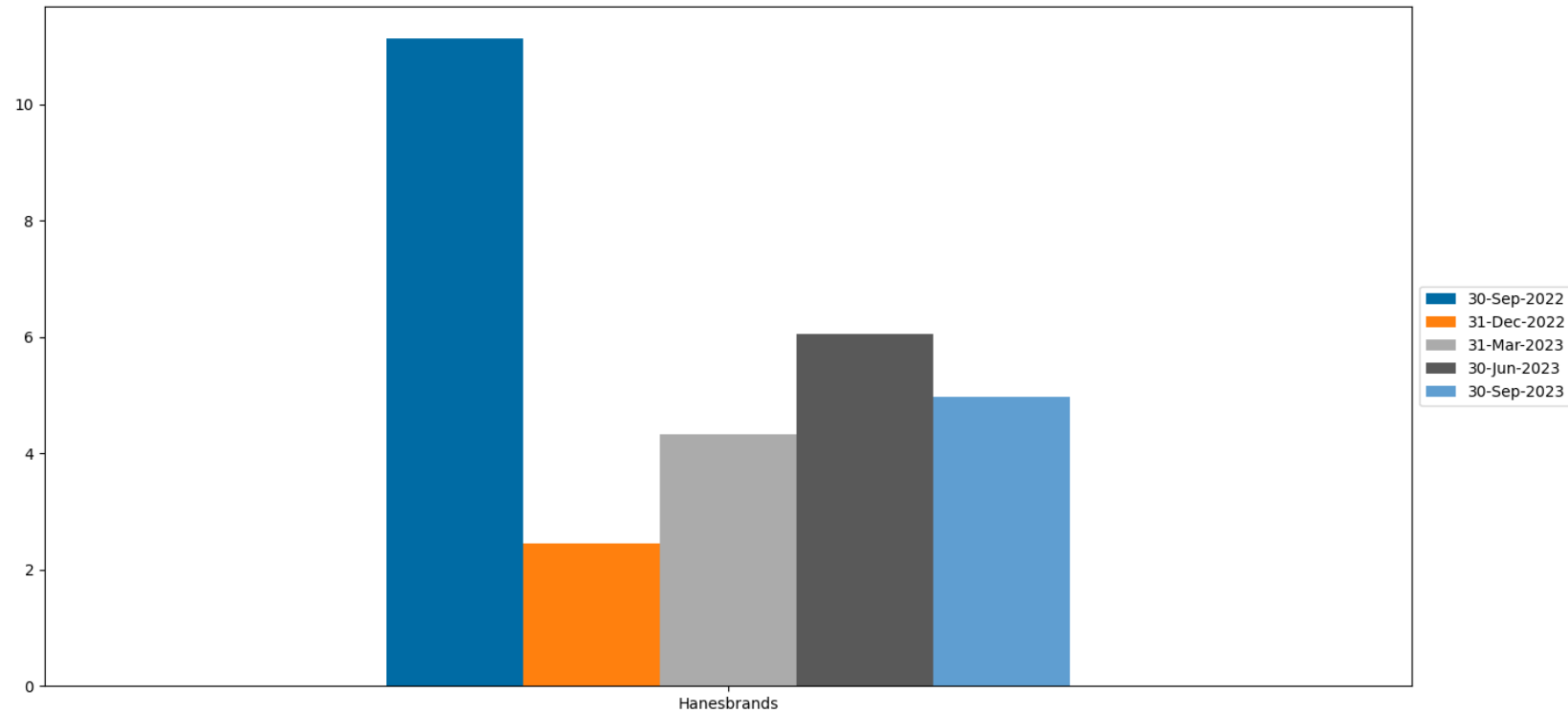
MARGEN BRUTO (%)

El beneficio operativo y el margen operativo en el tercer trimestre de 2023 fueron de 66 millones de dólares y un 4,4 %, respectivamente, en comparación con 141 millones de dólares y un 8,5 %, respectivamente, en el año anterior. El beneficio operativo ajustado de 143 millones de dólares disminuyó de 168 millones de dólares en el tercer trimestre de 2022. El margen operativo ajustado del 9,5 % disminuyó aproximadamente 60 puntos básicos con respecto al año anterior.



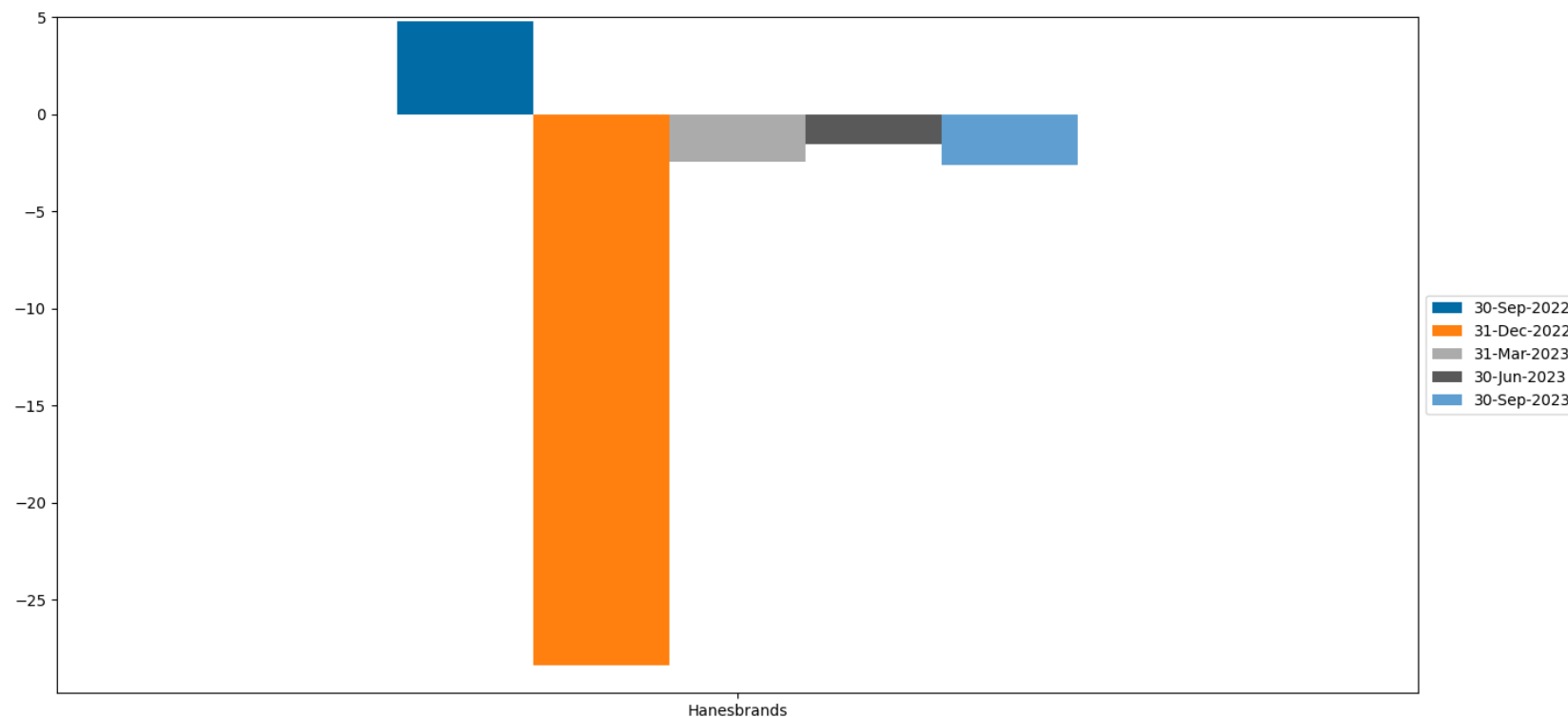
MARGEN OPERACIONAL (%)

Los intereses y otros gastos para el tercer trimestre de 2023 fueron de aproximadamente 82 millones de dólares en comparación con aproximadamente 45 millones de dólares del año anterior. El aumento fue impulsado principalmente por las tasas de interés medias más altas.



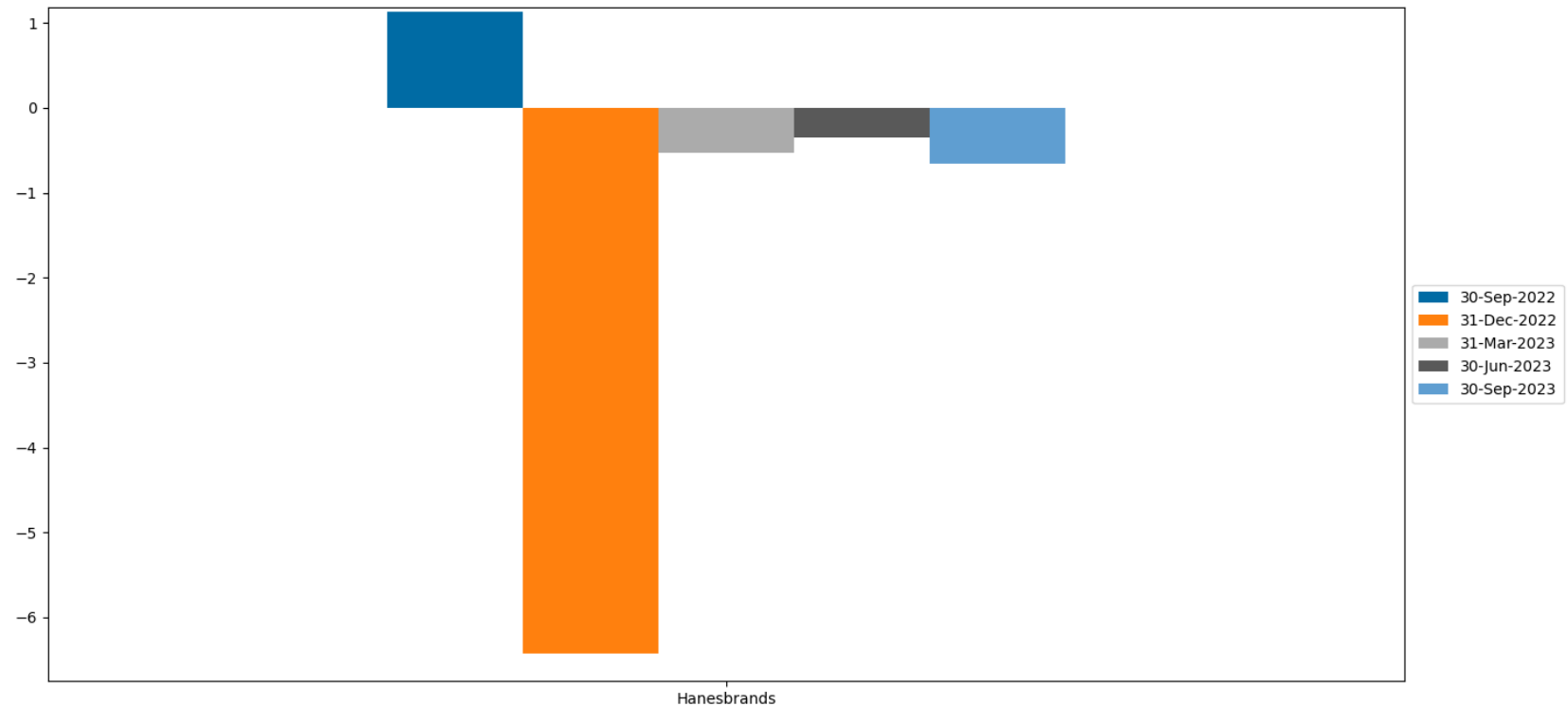
MARGEN NETO (%)

El gasto fiscal para el tercer trimestre de 2023 fue de 23 millones de dólares. El gasto fiscal ajustado, que excluyó un beneficio fiscal discreto de aproximadamente 4 millones de dólares en el trimestre, fue de aproximadamente 27 millones de dólares. Para el tercer trimestre de 2022, el gasto fiscal y el gasto fiscal ajustado fueron de 16 millones de dólares y 21 millones de dólares, respectivamente. Las tasas impositivas efectivas y ajustadas para el tercer trimestre de 2023 fueron (146,2) % y 44,5%, respectivamente. Para el tercer trimestre de 2022, la tasa impositiva efectiva y la tasa impositiva efectiva ajustada fueron del 17,0%. La tasa impositiva efectiva de la Compañía para el tercer trimestre de 2023 no refleja la tasa legal de los Estados Unidos debido a los derechos de valoración contra ciertos activos netos de impuestos diferidos.



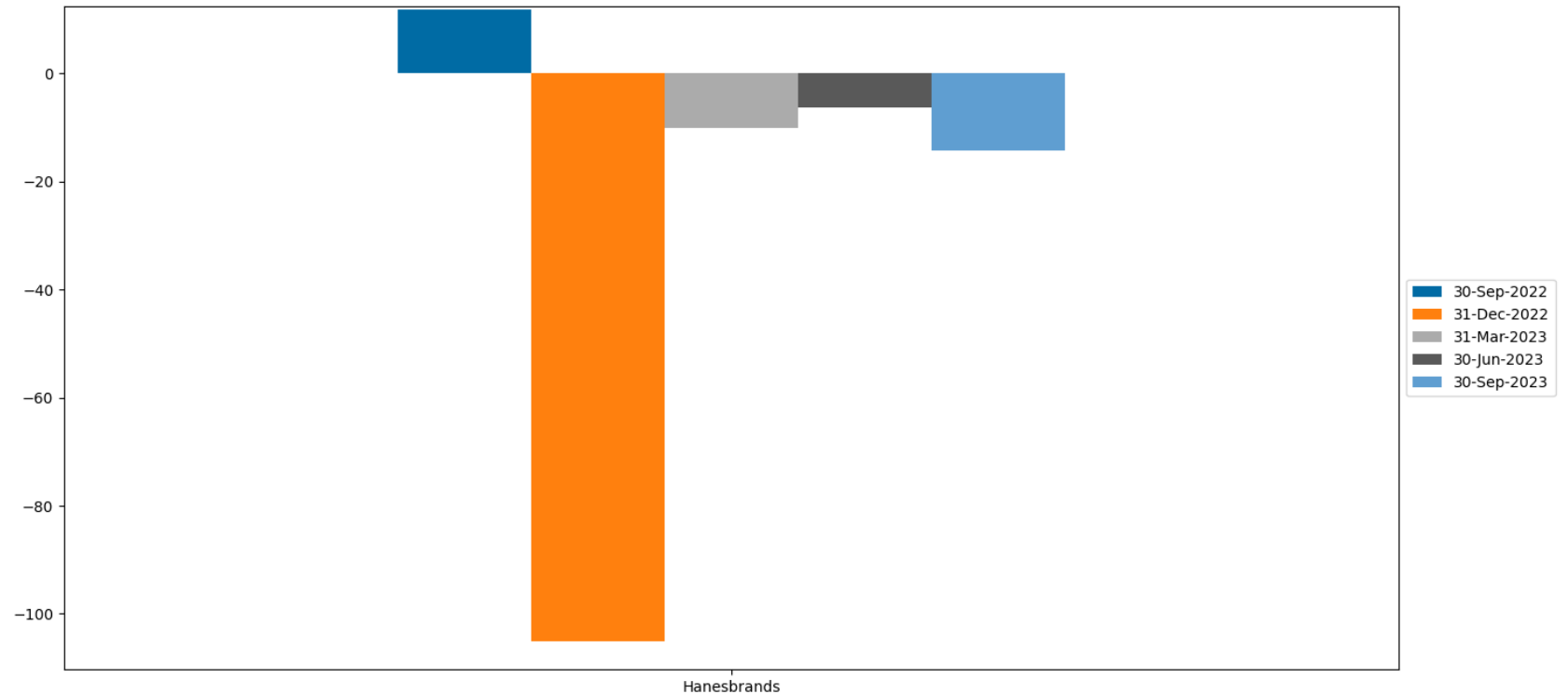
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS (%)

La pérdida por operaciones continuas ascendió a aproximadamente \$(39) millones, o \$(0.11) por acción diluida en el tercer trimestre de 2023. Esto se compara con los ingresos de las operaciones continuas de 80 millones de dólares, o 0,23 dólares por acción diluida, el año pasado. Los ingresos ajustados de las operaciones continuas ascendieron a 34 millones de dólares, o 0,10 dólares por acción diluida. Esto se compara con los ingresos ajustados de las operaciones continuas de 102 millones de dólares, o 0,29 dólares por acción diluida, en el tercer trimestre de 2022.



RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO (%)

Se inició la evaluación de alternativas estratégicas para el negocio global Champion. El 19 de septiembre de 2023, la Compañía anunció que había iniciado una evaluación de alternativas estratégicas para su negocio global Champion, incluyendo, entre otras cosas, una posible venta, así como continuar operando el negocio como parte de HanesBrands.



NUESTROS PRÓXIMOS CURSOS.



ZUMMALC&S
Learning, Consulting & Sustainability

Conozca
nuestros
próximos
seminarios,
ingresando a la
página web.

LEARNING

INICIAR

CONSULTING & SUSTAINABILITY

INICIAR

SECTORIALES

INICIAR

Financial Benchmark+, es un producto de Zumma LC&S desarrollado con información financiera pública de las diferentes empresas que cotizan en el mercado internacional. La data considerada es tomada de diferentes publicaciones financieras. Los ratios han sido determinados por Zumma LC&S, y calculados sobre los datos publicados.

Atentamente.
Carlos Pastor.



ZUMMALC&S

Learning, Consulting & Sustainability

LEARNING, CONSULTING & SUSTAINABILITY

"Aprender, Enseñar, Desarrollar."



Contacto:

El Salvador.

Edificio Gran Plaza Oficina 304 Boulevard Sergio Vieira de Mello.

San Salvador, El Salvador.

Teléfono: 503 - 22754853

503 - 22754854

503 - 22989951

503 - 74956316

carlos.pastor@zummalcs.com

jandres@zummalcs.com

jackiedechacon@zummalcs.com

HANES *Brands Inc*

FINANCIAL BENCHMARK + : HANES BRANDS 3ER QUARTER 2023.